



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
UNIDADE ACADÊMICA DE SERRA TALHADA
PROGRAMA DE MONITORIA**

EDITAL DE SELEÇÃO DE MONITORES 2020.4

Estão abertas as inscrições para seleção de monitor para a **ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, CURSO DE ADMINISTRAÇÃO, DISCIPLINA DE MARKETING I.**

As inscrições serão apenas on-line e estarão abertas entre os dias 27 de novembro de 2020 e 1 de dezembro de 2020, por meio do envio da documentação especificada no item 2 deste edital para o e-mail luciana.borges@urfpe.br.

O número de vagas disponíveis está disposto no quadro abaixo bem como a modalidade da monitoria.

Modalidade da monitoria	Matéria	Nº de vagas
Remunerada	Marketing I	01
Voluntária		01
Total		02

1 REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO:

Somente poderão se inscrever nos exames de seleção da monitoria do curso de administração, disciplina de Marketing I, os candidatos que:

1.1 Já tenham cursado a disciplina de Marketing I e obtido média igual ou superior a sete (7,0) na mesma;

- 1.2 Estiverem regularmente matriculados no 7.^o período do curso de Administração;
- 1.3 Tiverem um coeficiente de rendimento superior a cinco (5,0);
- 1.4 Apresentem disponibilidade de horário compatível com as necessidades das atividades de monitoria;
- 1.5 Não possuam bolsa, de qualquer que seja o tipo, seja na UFRPE ou fora dela.

2 DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA INSCRIÇÃO:

2.1 Para a efetivação da inscrição, o(a) candidato(a) deverá encaminhar para o e-mail luciana.borges@ufrpe.br os seguintes documentos no formato pdf:

2.1.1 Requerimento de inscrição devidamente preenchido (baixar o arquivo editável no link: http://uast.ufrpe.br/sites/uast.ufrpe.br/files/paginas/F.AC_.09%3B%20Inscri%C3%A7%C3%A3o%20do%20candidato%20a%20monitoria.doc). Depois de preenchido, converter para o formato pdf;

2.1.2 Cópia digitalizada do RG e do CPF;

2.1.3 Comprovante de matrícula ou protocolo de matrícula emitido pelo sistema SIGA referente ao período 2020.4;

2.1.4 Cópia do Histórico Escolar atualizado, emitido via SIGA (que contenha o seu coeficiente de rendimento).

2.2 A inscrição do aluno implicará no conhecimento e na tácita aceitação das normas e condições estabelecidas neste Edital, em relação às quais não poderá alegar desconhecimento.

3. DAS ATRIBUIÇÕES DO MONITOR:

3.1 Os Estudantes-Monitores exercerão suas atividades sem qualquer vínculo empregatício com a UFRPE e em regime de 12 (doze) horas semanais de atividades acadêmicas, durante o período letivo excepcional (PLE) 2020.4.

3.2 Os Estudantes-Monitores deverão fazer seus Horários de Atividades, em comum acordo com os Professores-Orientadores, não podendo estes coincidirem com suas atividades acadêmicas regulares.

3.3 Ao final do semestre letivo, o Monitor deverá encaminhar para a Coordenação dos Cursos um relatório das atividades desenvolvidas durante o a monitoria, para que tenha direito a receber um Certificado de participação no programa.

3.4 Conforme a Resolução 262/2001 - CETE/UFRPE, constituem-se atribuições do monitor:

3.4.1 Auxiliar os professores em tarefas passíveis de serem executadas por estudantes que já tenham sido aprovados nas respectivas disciplinas;

3.4.2 Auxiliar os alunos, tirando dúvidas e orientando-os nas atividades desenvolvidas durante o ensino remoto, compatíveis com o seu nível de conhecimento e experiência na disciplina.

3.4.3 Constituir um elo entre professores e alunos, visando o melhor ajustamento entre a execução dos programas e o desenvolvimento natural da aprendizagem.

3.4.4 Realizar atividades de pesquisa e extensão, como atividades complementares, compatíveis com a atividade de iniciação à docência.

4. DOS CRITÉRIOS PARA CLASSIFICAÇÃO:

4.1 A seleção dos monitores se dará através de **prova escrita e didática/prática específica da matéria (cujo conteúdo programático está disponibilizado no anexo I deste edital).**

4.2 A média final dos candidatos será ponderada, sendo atribuído peso 2 (dois) à prova escrita; peso 2 (dois) prova didática/prática; 2,0 (dois) a média semestral na disciplina e 4,0 (quatro) ao coeficiente de rendimento comprovado no histórico escolar.

4.3 A prova escrita é eliminatória, sendo o candidato desclassificado com nota inferior a 7,0.

4.4 Serão considerados aprovados os candidatos que obtiverem média final igual ou superior a 7,0 (sete).

4.5 O aluno aprovado será classificado pela média final, preenchendo deste modo a vaga existente.

4.6 A carga horária das atividades dos monitores será de 12 horas semanais no turno a saber.

Tipo de monitoria	Turno	Nº de vagas
Remunerada	Vespertino	01
Voluntária	Matutino	01

5 CRONOGRAMA DE REALIZAÇÃO DA SELEÇÃO

Etapa	Data	Horário	Local
Inscrições	27/11 a 01/12	Até as 18h do dia 01/12	Enviar documentação para o e-mail: luciana.borges@ufrpe.br
Resultado das Inscrições Homologadas	02/12	08h	Será divulgado na página da UAST e por e-mail.
Prova Escrita	03/12	10h as 12h	Google Meet
Prova didático/prática	04/12	14h	Google Meet
Resultado Preliminar	07/12	Até as 18h	Será divulgado na página da UAST e por e-mail.
Resultado Final e Início das atividades	14/12	18h	Será divulgado na página da UAST e por e-mail.

Serra Talhada, 26 de novembro de 2020.



Prof. Ma. Luciana Isabela Borges dos Santos Silva

ANEXO I

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO DISCIPLINA: Marketing I

1. Conceitos e definições de Marketing;
2. Ambientes de MKT;
3. Composto de MKT: visão geral;
4. Desenvolvimento de novos produtos/ Gestão de Produtos, Linhas e Marcas;
5. Gerenciamento de Preços;
6. Gestão de Canais de MKT/ Logística: atacado e varejo;
7. Composto Promocional;
8. Comportamento do Consumidor;
9. Segmentação e Posicionamento;
10. Pesquisa de MKT.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOVELOCK, C. H; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SAMARA, B. S.; BARROS, J. C. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COMPLEMENTAR

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Pearson, Prentice Hall, 2005.

KOTLER, P.; FOX, K. F. A. **Marketing estratégico para instituições educacionais**. São Paulo: Atlas, 1994.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

Serra Talhada, 26 de novembro de 2020.



Prof. Ma. Luciana Isabela Borges dos Santos Silva